

Blue Ocean Strategy

W. Chan Kim & Renée Mauborgne

Përmbledhje në një faqe · nga Fiordi Pernaska

1 · Dy oqeanet

Oqeani i kuq: tregu ekzistues, ku të gjithë bëjnë të njëjtën gjë dhe konkurrojnë me çmim derisa fitimi zhduket.

Oqeani blu: hapësirë e re tregu, ku konkurrenca ende nuk ekziston.

2 · Inovacioni i vlerës

Zemra e strategjisë: rritja e vlerës për klientin dhe ulja e kostos në të njëjtën kohë — jo njëra në kurriz të tjetrës.

Kush zgjedh vetëm çmimin e ulët ose vetëm cilësinë, mbetet në garë.

3 · Katër veprimet (ERRC)

ELIMINO — çfarë e quan industria të domosdoshme, por s'ka vlerë?

REDUKTO — çfarë ofrohet më shumë se ç'duhet?

RRIT — çfarë duhet çuar mbi standardin e sektorit?

KRIJO — çfarë nuk e ofron askush ende?

4 · Si zbatohet

Vizato kanavacën e strategjisë: krahaso ofertën tënde me atë të konkurrentëve, faktor pas faktori. Aty ku vijat përputhen, je në oqeanin e kuq. Diferenca e vërtetë nis ku vija jote ndryshon formë.

5 · Tri pyetje për biznesin tënd

- Për çfarë paguajnë klientët e mi pa e vlerësuar vërtetë?
- Cilët jo-klientë i shmangen sot krejt sektorit tim — dhe pse?
- Çfarë do të ndryshonte nëse do e ndërtoja nga e para?